

ЭТИЧЕСКОЕ ИЗМЕРЕНИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА**И.В. Гориш**

Полесский государственный университет, gorish.i@polessu.by

Факторы успешности предпринимательской деятельности зависят не только от условий, лежащих в экономической плоскости, но и от следования принципам и нормам этики бизнеса.

Местом возникновения этики бизнеса как области знаний являются университеты и корпорации США, а датой рождения – 70-ые годы XX в. Ее возникновение было во многом обусловлено падением значимости религиозных ценностей и традиционной морали в американском обществе. В 80-ых гг. этика бизнеса была включена в учебные программы большинства школ бизнеса в США.

Однако и в России в конце XIX – начале XX ст. существовал интерес к возможности применения этических принципов в сфере бизнеса. В 1912 году были сформулированы семь принципов ведения дел, которые обобщали богатый опыт деятельности российских купеческих родов и свидетельствовали о глубоком понимании общественной значимости коммерческой деятельности и об осознании социальной ответственности бизнесменов перед населением [1].

В перечне компонентов этики бизнеса важную роль играют обычаи делового оборота и доверие. Обычаи этического поведения в предпринимательской деятельности представляют собой правила поведения, не закрепленные формально. При этом они широко применяются в практике осуществления определенного вида предпринимательства. Они складываются в ходе исторического процесса, проходят испытание временем и в итоге воспринимаются как обязательные для соблюдения всеми участниками деловых отношений, если иное не предусмотрено договором.

Доверие предполагает уверенность участников бизнеса в добросовестности, честности их коллег при совершении сделок и основанные на этом отношения бизнес-партнеров в ходе осуществления предпринимательской деятельности. Наличие доверия является необходимым условием удовлетворенности участвующих в бизнес-соглашениях сторон. Оно базируется, прежде всего, на деловой истории и репутации партнеров, практическом опыте ведения дел и рекламе.

Этику бизнеса можно рассматривать как свод нравственных правил взаимоотношений между деловыми людьми, предполагающий применение этических принципов к бизнес-ситуациям и позволяющий избежать недобросовестного исполнения обязательств и пренебрежения интересами партнера или клиента. Следование нормам деловой этики позволяет владельцам бизнеса в процессе осуществления предпринимательской деятельности и получать максимальную прибыль, и слу-

жить клиентам, потребителям, обществу, а также способствует самоочищению бизнес-сообщества и формированию позитивного образа предпринимателя. Задача применения норм деловой этики состоит в том, чтобы сформулировать систему веских аргументов в защиту утверждения, что ориентация на удовлетворение интересов и потребностей клиента обеспечивает успех предпринимательской деятельности. Именно это обстоятельство выступает гарантией социальной значимости и стабильной работы предприятия. Кроме этого, принципы деловой этики призваны согласовать частные интересы бизнесмена с потребностями всего общества. Основной тезис этики бизнеса можно сформулировать следующим образом: «Следовать принципам и нормам деловой этики (быть честным) выгодно».

Возможным подходом к оценке состояния деловой этики является следующий, в основу которого положены *критерии оценки уровня зрелости* этики бизнеса:

1. законопослушность (начальный уровень – выступает в качестве необходимого) означает уплату налогов, соблюдение условий контрактов, выполнение долговых обязательств и т.п.
2. профессиональная этика (промежуточный, рассматривается как более высокий уровень) включает трудолюбие, расчетливость, ответственность перед партнером и клиентом, доверие.
3. нравственность (высшая степень развития)
 - светская – этическая мотивация, честь, социальная ответственность, понимание значимости деятельности, справедливость.
 - религиозная – чувство долга, этика служения, солидарность, благотворительность, милосердие.

Проблемное поле современной деловой этики отличается функциональным разнообразием. Широкий спектр проблем деловой этики обуславливает необходимость формирования универсального этического кодекса, связанная с поиском его легитимных оснований. Центральное положение в этом кодексе занимает проблема понимания и соблюдения обществом и участниками бизнес-среды правил и стандартов, которые формируются, развиваются в процессе формального и неформального общения.

Следующим методологическим подходом является критерий с позиции *функциональной структуры*. Этика бизнеса – явление многоплановое, поэтому рассматривать следует ее как минимум в трех аспектах:

- юридическом;
- светско-нравственном;
- конфессионально-нравственном.

Юридический аспект предполагает законодательную закреплённость правил этики бизнеса, что обеспечивает ее легальность.

Светско-нравственный аспект раскрывается в соответствии правил ведения дел требованиям современного бизнес-сообщества, его устремлениям, представлениям, ценностным ориентациям и установкам.

Этика в конфессионально-нравственном аспекте проявляется как следование догматам вероучения (заповедям, предписаниям) господствующей в обществе религии, ее традициям, строгой нормативности, морально-этическим и ценностным ориентирам.

На наш взгляд, только гармоничное сочетание всех этих составляющих позволит сформировать универсальный свод правил ведения дел, который будет с успехом применяться в бизнес-среде и сделает возможным становление и развитие цивилизованного предпринимательства.

Проанализировав вышеупомянутые аспекты, основания, на которые должен опираться современный белорусский предприниматель, осуществляя свою профессиональную деятельность, могут быть изложены следующим образом:

1. *законность* как следование нормам права при осуществлении деловых сделок, порядок которых определяется большим количеством законодательных актов, обязательных для исполнения всеми деловыми партнерами, обеспечивает устойчивость взаимоотношений в процессе совершения деловых операций, способствует единообразию механизма совершения сделок, обуславливает стабильность предпринимательских структур.
2. *правдивость* как честность по отношению к себе, партнерам и клиентам, обеспечивает прозрачность взаимоотношений в процессе совершения бизнес-сделок, повышает уровень доверия к предпринимателю, благотворно влияет на его имидж, снимает психологическое напряжение всех участников деловых отношений.
3. *порядочность* как отражение высоконравственной сущности предпринимателя, сквозь призму которой воспринимается партнерами и клиентами личность бизнесмена, служит гарантом

при совершении деловых операций; как и честность, способствует повышению статусного и имиджного рейтинга предпринимателя.

Первое базовое основание деятельности предпринимателя – законность, соблюдение которой становится возможным только при соответствии ряду условий. Прежде всего, к ней необходимо отнести развитую законодательную инфраструктуру, тесную связь законодательных органов с населением, а также своевременность принятия законодательных актов, регулирующих и регламентирующих экономическую сферу общества, в частности, область предпринимательской деятельности.

Последние два пункта, на наш взгляд, обеспечиваются воспитанием, основанном на культурных традициях определенных слоев населения.

Дальнейшее развитие этики белорусского бизнеса и деловой культуры в Беларуси определяются, на наш взгляд, рядом нескольких решающих факторов:

- правовой политики, проводимой в республике;
- состояния экономической сферы общества;
- самоорганизации самого бизнес-сообщества;
- стабильности бизнес-среды;
- системы институтов, обеспечивающих образование и воспитание предпринимателей;
- формирования положительного образа предпринимателя в глазах общественности.

Список использованных источников:

1. Семь принципов ведения дел в России (1912г.) [Электронный ресурс] / Certa. – Режим доступа: <https://certapro.ru/sem-printsipov-vedeniya-del-v-rossii-1912-g/#close>. – Дата доступа: 01.03.2020.